

**PENERAPAN *E-SERVICE QUALITY* DENGAN MENGGUNAKAN  
MODEL E-S-QUAL DI SOCIOLLA**

**TUGAS AKHIR**



**FATHUSHOLIHATI**

**1180903019**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2020**

**PENERAPAN *E-SERVICE QUALITY* DENGAN MENGGUNAKAN  
MODEL E-S-QUAL DI SOCIOLLA**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi



**FATHUSHOLIHATI**

**1180903019**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2020**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Fathusholihati

NPM : 1181903019

Tanda Tangan : 

Tanggal : 7 Agustus 2020

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Fathusholihati

NIM : 1181903019

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Penerapan *E-Service Quality* Dengan Menggunakan Model  
E-S-Qual Di Sociolla

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr, Tuti Widiastuti, M.Si

(  )

Penguji : Wahyuni Pudjiastuti, Ir., M.S.M.

(  )

Penguji : Dion Wardyono, S.E., M.S.M.

(  )

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal : 3 September 2020

## UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang senantiasa memberikan berkah dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Penerapan *E-Service Quality* Dengan Menggunakan Model E-S-Qual Di Sociolla” dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Pada kesempatan kali ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan membantu saya selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini, saya ingin mengucapkan terima kasih dengan setulus-tulusnya kepada:

- a) Ayah, Ibu dan Zhafira serta seluruh anggota keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada saya selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini. Terima kasih sudah selalu memberikan doa-doa indah dan selalu mengingatkan saya untuk berusaha keras dan tidak lupa untuk selalu ingat kepada Allah SWT.
- b) Ibu Dr, Tuti Widiastuti, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi untuk semua bimbingan dan arahan yang telah diberikan. Serta selalu memotivasi dan sabar dalam melakukan bimbingan selama proses pengerjaan Tugas Akhir.
- c) Bapak Ardian Arditiar selaku dosen sekaligus triangulator pada Tugas Akhir ini yang telah membantu pengerjaan penelitian ini.
- d) Ibu Wahyuni Pudjiastuti, Ir., M.S.M. selaku ketua sidang yang telah memberi masukan atas pengerjaan skripsi ini.
- e) Bapak Dion Wardyono, S.E., M.S. M. selaku penguji sidang yang telah memberi masukan atas pengerjaan skripsi ini.
- f) Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan mengajarkan dengan semangat. Selain ilmu, terima kasih telah menjadi teman sekaligus orang tua untuk semua mahasiswanya.
- g) Sahabat-sahabat terdekat, terima kasih kepada Ahmad Sudjai serta Fellik Abyan yang selalu ada dan bersama sekaligus menjadi motivator seperjuangan selama mengerjakan Tugas Akhir.
- h) Terima kasih yang sangat special untuk Mas Taufik bagian administrasi kelas

karyawan Universitas Bakrie yang selalu sabar, dan mengingatkan penyelesaian untuk skripsi saya.

- i) Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terima kasih untuk membantu saya menyelesaikan Tugas Akhir.

Demikian ungkapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu saya. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat baik secara praktis maupun teoritis.

Jakarta, 7 Agustus 2020

Fathusholihati

## HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fathusholihati  
NPM : 1181903019  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **“PENERAPAN *E-SERVICE QUALITY* DENGAN MENGGUNAKAN MODEL E-S-QUAL DI SOCIOLLA”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 7 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Fathusholihati

# “PENERAPAN *E-SERVICE QUALITY* DENGAN MENGGUNAKAN MODEL E-S-QUAL DI SOCIOLLA”

Fathusholihati

---

## ABSTRAK

Dengan pesatnya perkembangan *e-commerce* di Indonesia, kualitas layanan elektronik atau disebut *e-service quality* merupakan faktor yang dapat menentukan tingkat keberhasilan *e-commerce* karena *e-service quality* yang diterima oleh konsumen akan berperan pada kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui penerapan *E-Service Quality* menggunakan E-S-QUAL yang terdiri dari *efficiency* (efisiensi), *fullfilment* (pemenuhan), *system availability* (ketersediaan system) dan *privacy* (privasi) di Sociolla. Penelitian merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Objek penelitian ini adalah *website* Sociolla serta 5 orang konsumen Sociolla. Data yang digunakan adalah hasil wawancara mendalam dilengkapi studi kepustakaan. Penelitian ini menemukan bahwa penerapan *e-service quality* sudah cukup baik. Dengan efisiensi yang ditawarkan untuk mempersingkat waktu menemukan dan membeli produk, *fullfilment* (pemenuhan janji) yang dilakukan secara konsisten, *system availibity* atau kesiapan website berfungsi dengan baik, serta keamanan data yang baik, sehingga tercapailah kepuasan dan kepercayaan konsumen.

Kata kunci: *E-service quality, e-commerce, e-retail, consumer insight,*  
layanan.



# **"THE IMPLEMENTATION OF E-SERVICE QUALITY USING E-S-QUAL MODEL IN SOCIOLLA"**

Fathusholihati

---

## **ABSTRAC**

With the rapid development of e-commerce in Indonesia, the quality of electronic services or known as e-service quality is a factor that can determine the success rate of e-commerce because the e-service quality received by consumers will play a role in consumer satisfaction. The purpose of this study is to determine the application of E-Service Quality using E-S-QUAL which consists of efficiency, fulfillment, system availability and privacy at Sociolla. This research is a qualitative research with a case study approach. The object of this research is the Sociolla website and 5 Sociolla consumers. The data used are the results of in-depth interviews with literature study. This study found that the implementation of e-service quality was quite good. With the efficiency offered to shorten the time to find and buy products, fulfillment (fulfillment of promises) that is carried out consistently, system availability or website readiness to function properly, and good data security, so that customer satisfaction and trust can be achieved.

Keywords: E-service quality, e-commerce, e-retail, consumer insight, service.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UNGKAPAN TERIMAKASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI .....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRAC .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	4
1.4.2 Manfaat Praktis .....	4
BAB II.....	5
KERANGKA PEMIKIRAN .....	5
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	5
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	13
2.2.1. <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	13
2.2.2 <i>Customer Relationship Management</i> .....	15

2.2.3 <i>E-Service Quality</i> .....	16
2.2.3.1 Perkembangan <i>E-Service Quality</i> .....	17
2.2.4 Consumer Insight .....	20
2.3 Kerangka Pemikiran .....	22
BAB III .....	23
METODOLOGI PENELITIAN .....	23
3.1 Metode Penelitian .....	23
3.2 Objek Penelitian .....	24
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.3.1 Sumber data .....	24
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	26
3.5 Teknik Analisis Data .....	27
3.7 Keterbatasan Penelitian .....	28
BAB IV .....	30
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	30
4.1.1 Profil Sociolla .....	30
4.1.2 Visi dan Misi Sociolla .....	31
4.1.3 Website Sociolla .....	32
4.1.3 Profil Informan .....	35
4.1.4 Subjek Triangulator .....	37
4.2 Hasil Penelitian .....	37
4.2.1 Gambaran Penerapan <i>E-Service Quality</i> di Sociolla. ....	38
4.3.2 Temuan Penelitian. ....	47
4.3 Pembahasan. ....	47
4.3.1 <i>E-Service Quality</i> Sebagai <i>Public Relation</i> Sociolla. ....	47
4.3.2 Penerapan <i>Customer Relationship Management</i> Melalui <i>E-Service Quality</i> . ....	48
4.3.3 <i>E-Service Quality</i> di Sociolla .....	51
4.3.5 Pembahasan Terkait Penelitian Sebelumnya. ....	65

4.3.6 Implikasi Penelitian.....	66
BAB V.....	67
PENUTUP.....	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
5.2.1 Saran Teoritis.....	67
5.2.2 Saran Praktis.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Halaman awal website Sociolla.....	32
Gambar 4. 2 Deskripsi produk dan review dari <i>website</i> . ....	33
Gambar 4. 3 Ikon <i>Beauty Assistant</i> pada pojok kanan <i>website</i> .....	34
Gambar 4. 4 <i>Live chat</i> dengan <i>Beauty Assistant</i> . ....	34
Gambar 4. 5 <i>Beauty journal</i> dibagian bawah <i>website</i> .....	34
Gambar 4. 6 Akun sociolla yang dimiliki konsumen.....	35
Gambar 4. 7 Ardian Arditiar, M.I.Kom, <i>Marketing Strategy Manager</i> .....	37
Gambar 4. 8 Gambaran Produk Sociolla kategori skincare. ....	40
Gambar 4. 9 Beragam promo di Sociolla.....	42
Gambar 4. 10 harga yang tertera pada produk sesuai dengan tagihan yang akan dibayarkan.....	42
Gambar 4. 11 keuntungan <i>level membership</i> . ....	50
Gambar 4. 12 Anggota <i>Sociolla Beauty Network</i> yang mempromosikan Sociolla pada Instagram pribadi mereka. ....	51
Gambar 4. 13 Tampilan pembagian kategori produk.....	53
Gambar 4. 14 Tampilan hasil dan filter pencarian yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan. ....	54
Gambar 4. 15 <i>Search engine</i> dengan dukungan fitur <i>similarity</i> .....	54
Gambar 4. 16 Fitur lain dalam <i>search engine</i> . ....	54
Gambar 4. 17 data untuk menggunakan fitur <i>beauty assistant</i> saat jam operasional .....	56
Gambar 4. 18 dalam fitur ini terdapat pilihan konsultasi.....	56
Gambar 4. 19 pilihan konsultasi <i>beauty consultation</i> . ....	56
Gambar 4. 20 respon dari <i>beauty assistant</i> yang sedang bertugas. ....	56
Gambar 4. 21 fitur <i>beauty assistant</i> diluar jam operasional.....	57
Gambar 4. 22 fitur <i>beauty assistant</i> diluar jam operasional akan dijawab melalui <i>email</i> . ....	57
Gambar 4. 23 Formulir pengisian <i>review</i> produk. ....	58
Gambar 4. 24 Contoh <i>review</i> produk dari pembeli yang dapat diurutkan sesuai kebutuhan. ....	58
Gambar 4. 25 <i>email autoresponder</i> permintaan pembayaran pesanan. ....	60
Gambar 4. 26 <i>email autoresponder</i> konfirmasi pemesanan.....	60
Gambar 4. 27 <i>email autoresponder</i> update status pemesanan. ....	60
Gambar 4. 28 <i>email autoresponder</i> update pesanan telah sampai. ....	60
Gambar 4. 29 Email ke <i>customer service</i> akan dibalas berdasarkan nomor antrian tiket.....	61
Gambar 4. 30 <i>Customer service</i> via line. ....	61
Gambar 4. 31 Formulir pertanyaan dalam <i>menu contact us</i> . ....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peta <i>e-commerce</i> Indonesia pada quartal 3 tahun 2019 dalam iPrice .....	3
Tabel 2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian Sebelumnya .....	9
Tabel 3.1 Konseptual dan Operasionalisasi Konsep .....	26

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Bagan kerangka pikir.....	22
-------------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara. ....	74
Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan Informan.....	75
Lampiran 3 Transkrip Wawancara dengan Informan.....	81
Lampiran 4 Transkrip Wawancara dengan Informan.....	89
Lampiran 5 Transkrip Wawancara dengan Informan.....	94
Lampiran 6 Transkrip Wawancara dengan Triangulator.....	98
Lampiran 7 Hasil Uji Turnitin.....	106